

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Bagian ini mengkaji teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Kajian teori ini dapat bersumber dari *text-books*, jurnal penelitian, ataupun media informasi lainnya dengan pembahasan sebagai berikut.

1. Lokasi

a. Pengertian

Lokasi bisnis atau usaha merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan suatu perusahaan, baik dari manajerial maupun produksi. Lokasi dapat menjadi faktor yang berpengaruh dalam menentukan keberhasilan usaha, karena lokasi yang strategis dapat meningkatkan peluang bagi perusahaan untuk mengurangi biaya operasi dan lokasi juga dapat membantuperusahaanuntuk mendapatkan banyak pelanggan.

Menurut Stevenson dan Choung (2014), lokasi merupakan faktor penting, khususnya pada bisnis *real estate*. Keputusan mengenai lokasi mewakili bagian penting dalam proses perencanaan strategis pada setiap organisasi. Walaupun akan terlihat bahwa keputusan mengenai lokasi merupakan permasalahan terkait dengan organisasi baru, organisasi yang

sudah ada sering kali memiliki kepentingan yang lebih besar pada keputusan lokasi dibandingkan organisasi baru.

Menurut Heizer dan Render (2016), lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, karena lokasi sering kali memiliki kekuasaan untuk membuat ataupun mematahkan strategi bisnis perusahaan. Ketika manajemen berkomitmen terhadap suatu lokasi tertentu, maka perusahaan akan mengeluarkan banyak biaya dan akan sulit untuk menurunkannya.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi adalah salah satu aspek penting dalam strategi bisnis, sehingga keputusan dalam pemilihan lokasi yang dilakukan dengan baik dan benar dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapat keuntungan. Sebaliknya, jika lokasi yang dipilih tidak sesuai maka perusahaan bisa mendapat rugi atau mengeluarkan biaya lebih besar untuk menanganinya.

b. Tujuan Pemilihan Lokasi

Tujuan lokasi adalah sesuatu yang diinginkan perusahaan didasarkan pada tempat atau letak usahanya. Tujuan pemilihan lokasi adalah untuk membantu perusahaan dalam melakukan proses dan aktivitas operasional maupun produksi secara lancar, efektif, dan efisien.

Menurut Heizer dan Render (2016), strategi lokasi bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat dari

lokasi bersangkutan bagi perusahaan. Keputusan lokasi tidak jarang bergantung pada jenis usaha. Keputusan lokasi industri biasa menggunakan strategi untuk meminimalkan biaya, selain kreativitas dan inovasi yang dirasa juga memiliki peran penting. Bagi usaha ritel dan jasa, strategi lokasi berpusat pada memaksimalkan pendapatan.

Menurut Wiliam dan Chuong (2014), semua organisasi berusaha untuk mengidentifikasi lokasi terbaik yang tersedia. Tujuan keputusan lokasi sebagai peraturan umum, organisasi yang berorientasi pada profit mendasarkan keputusan mereka pada profit sedangkan organisasi nonprofit bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara biaya dengan tingkat layanan konsumen yang mereka sediakan.

Kesimpulan dari beberapa pendapat di atas yaitu, bahwa tujuan pemilihan lokasi adalah untuk membantu perusahaan dalam proses operasional agar lancar, efektif, dan efisien untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat perusahaan.

2. Faktor-faktor pemilihan lokasi

Penentuan lokasi usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Setiap usaha memiliki kebutuhan dan tujuan berbeda terhadap lokasi yang akan dipilih. Seperti yang dijelaskan pada poin sebelumnya, bahwa keputusan lokasi bergantung pada tipe atau jenis usahanya.

Sehingga, kebutuhan akan karakteristik lokasi berbeda pula. Berikut pendapat para ahli mengenai faktor-faktor pemilihan lokasi usaha:

Heizer dan Render (2016), berpendapat bahwa keputusan lokasi dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut.

a. Produktivitas tenaga kerja

Kebutuhan setiap usaha terhadap tenaga kerja berbeda-beda. Ketika memutuskan suatu lokasi, manajemen akan tergoda dengan area yang memiliki upah yang rendah. Namun, tingkat upah tidak dapat dipertimbangkan sendiri, akan tetapi pihak manajemen juga harus mempertimbangkan produktivitasnya.

b. Biaya

Biaya dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

1) Biaya berwujud

Biaya berwujud adalah biaya-biaya yang mudah diidentifikasi dan diukur secara tepat dan persis, meliputi utilitas, tenaga kerja, bahan material, pajak, depresiasi, dan biaya lain yang dapat diidentifikasi oleh departemen akuntansi dan manajemen.

2) Biaya tak berwujud

Biaya tak berwujud adalah biaya yang kurang dapat dihitung kuantitasnya dengan mudah. Mereka meliputi mutu pendidikan, fasilitas transportasi umum, perilaku komunitas mengenai industri dan perusahaan, dan kualitas serta perilaku karyawan yang prospektif.

c. Kedekatan dengan pangsa pasar

Bagi banyak perusahaan, penempatan lokasi dekat dengan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Pada perusahaan jasa, ditemukan bahwa kedekatan dengan pangsa pasar merupakan faktor penentuan lokasi yang sangat penting. Bagi perusahaan manufaktur, kedekatan dengan pangsa pasar bermanfaat ketika transportasi produk menjadi sangat mahal atau sulit.

d. Kedekatan dengan pemasok

Lokasi perusahaan dekat dengan bahan mentah dan para pemasok karena: (1) cepat rusak atau tidak tahan lama, (2) biaya transportasi, atau (3) dalam ukuran besar. Umumnya perusahaan yang memproduksi makanan sering berhadapan dengan bahan mentah yang cepat rusak, sehingga sering menempatkan lokasi produksi di dekat pemasok. Perusahaan yang bergantung pada masukan bahan mentah dalam jumlah besar (misal produser baja menggunakan batu bara dan biji besi) menghadapi biaya transportasi yang mahal sehingga menjadi salah satu faktor utama.

e. Kedekatan dengan pesaing

Baik perusahaan manufaktur ataupun jasa keduanya menginginkan lokasi yang sesuai dengan kebutuhannya, terkadang membuatnya dekat dengan pesaing. kecenderungan tersebut dinamakan dengan pengelompokan (*clustering*), sering

terjadi ketika sumber daya utama ditemukan di kawasan tersebut. Sumber daya ini meliputi, sumber daya alam, sumber daya informasi, dan sumber daya modal.

Sedangkan menurut Wiliam dan Chuong (2014), banyak faktor yang mempengaruhi keputusan mengenai lokasi, diantaranya adalah faktor regional. Faktor regional merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan mengenai lokasi. Faktor regional yang utama meliputi bahan baku, pasar dan pertimbangan buruh. Faktor regional yang terkadang memiliki peran dalam keputusan mengenai lokasi yaitu iklim dan pajak.

a. Lokasi bahan baku

Perusahaan berlokasi dekat atau berada di sumber bahan baku untuk tiga alasan utama yaitu kebutuhan, kecepatan untuk habis, dan biaya transportasi. Kebutuhan penting untuk diperoleh konsumen karena kebutuhan bertujuan untuk mempertahankan hidup dan memperoleh kesejahteraan serta kenyamanan. Kecepatan untuk memperoleh bahan baku juga penting bagi konsumen karena dapat mengurangi biaya transportasi.

b. Lokasi pasar

Perusahaan yang berorientasi profit sering kali berlokasi dekat dengan pasar yang ingin dituju sebagai bagian dari strategi kompetitif mereka, yang mana organisasi nonprofit memilih lokasi relatif terhadap kebutuhan dari pengguna jasa

mereka. Faktor lainnya termasuk biaya distribusi atau kecepatan habis dari sebuah produk jadi.

c. Lokasi buruh

Buruh merupakan orang yang bekerja di perusahaan perseorangan dan diberi imbalan kerja sesuai dengan kesepakatan. Pertimbangan utama mengenai buruh adalah biaya dan ketersediaan dari buruh, upah buruh di sebuah area, produktivitas dan sikap buruh terhadap pekerjaan.

d. Iklim dan pajak

Iklim dan pajak terkadang memainkan peran dalam keputusan mengenai lokasi. Banyak perusahaan yang tertarik dengan lokasi yang memiliki sumber daya energy atau buruh yang murah dan banyak, iklim yang sedang, dan pajak yang rendah.

Dapat disimpulkan dari keempat faktor regional diatas bahwa terdapat tiga faktor yang utama yakni lokasi bahan baku, lokasi pasar dan lokasi buruh. Iklim dan pajak terkadang mempengaruhi keputusan mengenai lokasi, tetapi bukan faktor yang utama.

Pemilihan lokasi untuk memulai usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor besar seperti faktor regional yang sebelumnya telah dijelaskan. Tetapi, pemilihan lokasi juga perlu memperhatikan faktor yang lebih sempit lagi seperti lingkungan sekitar calon lokasi usaha yang akan dipilih.

Seperti yang disampaikan oleh Fandy Tjiptono (2016). Menurut Fandy, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

a. Akses

Akses yang dimaksud yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum. Misalnya, lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.

b. Visibilitas.

Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Kemudahan dalam melihat suatu usaha akan dapat mempengaruhi perspektif konsumen dalam menentukan pilihan.

c. Lalu lintas (*traffic*).

Menyangkut dua pertimbangan utama:

1) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan/atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.

2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.

d. Tempat parkir

Tempat parkir berorientasi pada tempat yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

Pemilihan tempat parkir yang berarti bahwa perusahaan harus memiliki lahan lebih selain digunakan untuk proses produksi.

e. Ekspansi.

Ekspansi yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari. Faktor ini biasa dimiliki atau dipilih oleh perusahaan yang mempunyai rencana memperbesar perusahaan untuk kedepannya.

f. Lingkungan.

Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

g. Persaingan (lokasi pesaing).

Memiliki sebuah usaha maka tidak akan lepas dari yang namanya persaingan. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat restoran lainnya.

h. Peraturan pemerintah.

Untuk memulai mendirikan usaha, tidak hanya kebutuhan fisik yang perlu disiapkan akan tetapi masalah birokrasi dan izin juga perlu diperhatikan. Misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah.

Dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi usaha tidak hanya mempertimbangkan faktor yang dianggap besar. Akan tetapi, perlu dipertimbangkan juga faktor-faktor kecil yang lebih sempit dalam artian keadaan pada lokasi sekitar usaha, seperti akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, letak pesaing, dan adanya lahan untuk kemungkinan ekspansi.

3. Analisis Faktor

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan perluasan dari analisis komponen utama. Digunakan juga untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menjelaskan sejumlah besar variabel yang saling berhubungan.

Menurut Malhotra (2010), analisis faktor adalah nama umum yang menyatakan sebuah kelas prosedur yang digunakan terutama untuk reduksi data dan perangkuman data. Dalam riset pemasaran, mungkin terdapat banyak variabel. Kebanyakan diantaranya saling berkorelasi dan harus direduksi sampai pada tingkatan yang dapat dikelola. Hubungan antara himpunan – himpunan banyak variabel yang saling terkait di uji dan dijadikan menurut beberapa faktor dasar. Secara umum, jumlah sampel dalam analisis faktor minimal 50 pengamatan atau responden dan lebih baik jika ukuran sampel mencapai sebanyak 100 atau lebih besar (Hair, 2010).

Tujuan utama analisis faktor adalah untuk menjelaskan struktur hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk faktor atau variabel laten atau variabel bentukan (Hidayat, 2014). Faktor yang terbentuk merupakan besaran acak (*random quantities*) yang sebelumnya tidak dapat diamati atau diukur atau ditentukan secara langsung. Selain tujuan utama tersebut, terdapat tujuan lainnya adalah:

- a. Untuk mereduksi sejumlah variabel asal yang jumlahnya banyak menjadi sejumlah variabel baru yang jumlahnya lebih sedikit dari variabel asal, dan variabel baru tersebut dinamakan faktor atau variabel laten atau konstruk atau variabel bentukan.
- b. Untuk mengidentifikasi adanya hubungan antarvariabel penyusun faktor atau dimensi dengan faktor yang terbentuk, dengan menggunakan pengujian koefisien korelasi antar faktor dengan komponen pembentuknya. Analisis faktor ini disebut analisis faktor konfirmatori.
- c. Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen dengan analisis faktor konfirmatori.
- d. Validasi data untuk mengetahui apakah hasil analisis faktor tersebut dapat digeneralisasi ke dalam populasinya, sehingga setelah terbentuk faktor, maka peneliti sudah mempunyai suatu hipotesis baru berdasarkan hasil analisis tersebut.

Analisis faktor pada dasarnya dapat dibedakan secara nyata menjadi dua macam yaitu:

a. Analisis Faktor Eksploratori Atau Analisis Komponen Utama (PCA)

Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama (PCA/*principle component analysis*) yaitu suatu teknik analisis faktor di mana beberapa faktor yang akan terbentuk berupa variabel laten yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan.

Analisis faktor eksploratori merupakan suatu teknik untuk mereduksi data dari variabel asal atau variabel awal menjadi variabel baru atau faktor yang jumlahnya lebih kecil dari pada variabel awal. Proses analisis tersebut mencoba untuk menemukan hubungan antarvariabel baru atau faktor yang terbentuk yang saling independen sesamanya, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel laten atau faktor yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal yang bebas atau tidak berkorelasi sesamanya. Jadi antar faktor yang terbentuk tidak berkorelasi sesamanya.

b. Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Analisis faktor konfirmatori yaitu suatu teknik analisis faktor di mana secara apriori berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui dipahami atau ditentukan sebelumnya, maka dibuat sejumlah faktor yang akan dibentuk, serta variabel apa saja yang termasuk ke dalam masing-masing faktor yang dibentuk dan sudah pasti tujuannya. Pembentukan faktor konfirmatori (CFA) secara sengaja berdasarkan

teori dan konsep, dalam upaya untuk mendapatkan variabel baru atau faktor yang mewakili beberapa item atau sub-variabel, yang merupakan variabel teramati atau observerb variable.

Pada dasarnya tujuan analisis faktor konfirmatori adalah pertama untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi. Tujuan kedua untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen. Dalam pengujian terhadap validitas dan reliabilitas instrumen atau kuesioner untuk mendapatkan data penelitian yang valid dan reliabel dengan analisis faktor konfirmatori.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai sumber referensi yang akan digunakan. Referensi menunjukkan bahwa tulisan yang disusun tidak seluruhnya gagasan sendiri, tetapi sebagian merupakan gagasan, informasi, dan bukti dari orang lain. Hal tersebut menjadikan sebuah kekuatan bukan kelemahan (Kuncoro, 2013).

Peneitian Firman Mulyadi dan Sri Zuliarni (2014) memiliki tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pemilihan lokasi pada usaha jasa fotocopy, penyiapan dokumen dan jasa khusus penunjang kantor lainnya di lingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru, faktor akses, visibilitas, lalu lintas (traffic), tempat parkir, lingkungan, dan persaingan bernilai penting.

Tujuan dari penelitian Ariffa Tio Hanggita (2018) adalah untuk menguji faktor yang paling dipertimbangkan dalam memilih tempat usaha untuk Pemberdayaan Skala Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Paciran. Dari ketujuh faktor tersebut, faktor akses, fasilitas, pasar dan energi masuk dalam kategori sangat penting. Sedangkan faktor tenaga kerja, persaingan dan peraturan pemerintah termasuk dalam kategori penting. Menurut hasil analisis, faktor yang paling dipertimbangkan oleh usaha jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran adalah faktor SDM & Pajak.

Penelitian Sri Zuliarni dan Relon Taufik Hidayat (2013) bertujuan untuk mengetahui secara berurutan faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha pada bisnis restoran kelas kecil dilingkungan kampus Universitas Riau Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang sangat penting dalam pemilihan lokasi usaha adalah akses, visibilitas, lingkungan, tempat parkir. Sementara faktor lain yang dianggap penting bagi pemilik usaha adalah persaingan.

Sedangkan Eko Nur Fu'ad (2015) menjelaskan bahwa penelitiannya bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedekatan dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha berskala mikro/ kecil di komplek Shopping Centre Jepara. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor-faktor yang diteliti dalam penentuan lokasi usaha (dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan serta biaya lokasi) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Pemilihan lokasi guna mencapai kesuksesan

usaha bisa dijelaskan dengan variasi ketiga variabel independen penelitian yaitu dekat dengan infrastruktur, kondisi lingkungan dan biaya lokasi.

Penelitian Ali fathoni (2016) bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemilihan lokasi terhadap tingkat penjualan usaha jasa mikro di Kabupaten Lamongan. Hasil penelitiannya yaitu untuk variabel infrastruktur tidak berpengaruh secara parsial sedangkan variabel lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh secara parsial. Dan untuk semua variabel memiliki pengaruh secara simultan. Dan variabel yang paling dominan dimiliki oleh variabel lingkungan bisnis. Dari hasil analisa tersebut dapat disimpulkan bahwa infrastruktur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Penggunaan alat analisis pada setiap jurnal referensi berbeda-beda. Penggunaan alat analisis berdasarkan pada tujuan dan hasil yang ingin diperoleh. Ada yang menggunakan alat analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif kuantitatif, dan analisis faktor. Berbeda penggunaan alat analisis berbeda pula jenis hasil yang diperoleh.

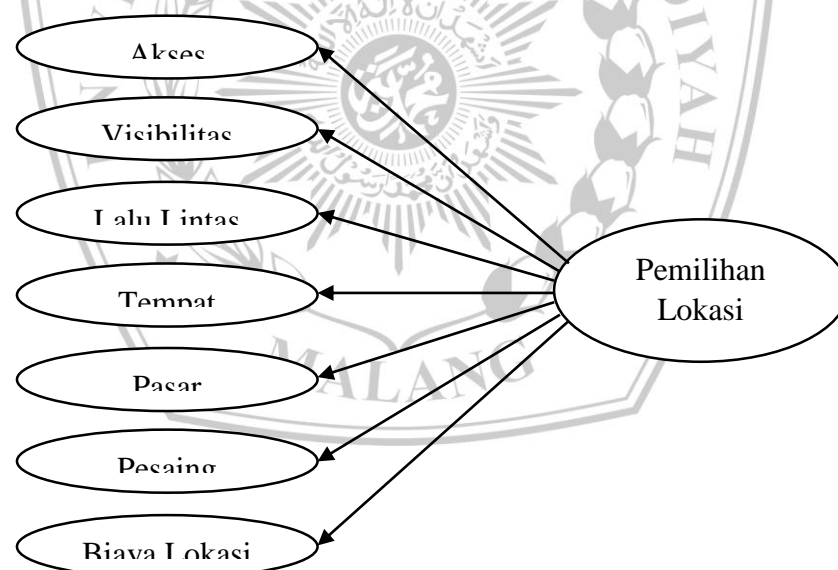
Berdasarkan hasil penelitian pada jurnal yang digunakan sebagai referensi, terdapat hasil penelitian yang bermacam-macam. Menggunakan alat analisis yang sama yaitu regresi linier berganda, diperoleh hasil yang mirip yaitu kedekatan infrastuktur kondisi lingkungan bisnis dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penggunaan alat

analisis deskriptif kuantitatif diperoleh hasil bahwa faktor akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, dan persaingan dianggap sebagai faktor penting dalam penentuan dan pemilihan lokasi usaha.

Penggunaan alat analisis faktor yang sama dengan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan sejumlah faktor yang dianggap penting dalam pemilihan lokasi usaha. Faktor-faktor tersebut adalah faktor akses, fasilitas, pasar, energi, tenaga kerja, persaingan dan peraturan pemerintah.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan teori yang dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya dapat disusun sebuah kerangka berpikir seperti pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Heizer & Render (2016); William dan Chuong (2014); Tjiptono (2016); Mulyadi dan Zuliarni (2014); dan Hanggita (2018) diolah

Gambar 2.1 merupakan kerangka pikir pada penelitian ini. Kerangka pikir tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam pemilihan lokasi warung kopi berdasarkan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu. Faktor-faktor yang dipertimbangkan ini akan dinilai berdasarkan teori Heizer & Render (2016) yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi usaha dipengaruhi oleh faktor biaya lokasi, kedekatan dengan pesing, dan kedekatan dengan pasar. Menurut William dan Chuong (2014), menyatakan bahwa lokasi pasar berpengaruh pada proses pemilihan lokasi usaha sebagai strategi kompetitif usaha. Sedangkan menurut Tjiptono (2016), faktor akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, dan persaingan berpengaruh dalam proses penentuan lokasi usaha.

Sedangkan hasil penelitian yang dijadikan acuan adalah penelitian Mulyadi dan Zuliarni (2014) dan Hanggita (2018). Penelitian Mulyadi dan Zuliarni (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, pasar, pesaing, dan biaya lokasi. Menurut Hanggita (2018), faktor akses dan pasar termasuk faktor sangat penting dalam proses pemilihan lokasi usaha.